GUERRE: 64% PENSA CAMBIO CONTRATTI ENERGIA MA I VIAGGI NON SI TOCCANO

L'Osservatorio mensile Findomestic fotografa l'impatto della crisi internazionale sui consumatori italiani: la preoccupazione per l'inflazione schizza al 64% e torna ai massimi da dicembre 2023, mentre solo il 20% ritiene questo un buon momento per fare acquisti importanti. Le intenzioni d'acquisto a tre mesi però calano solo dell'1,1%.

L'impatto economico in Italia della crisi in Medio Oriente è inequivocabile: l'Osservatorio mensile Findomestic di aprile rileva che per 64 italiani su 100 questo è il momento giusto per valutare con maggiore attenzione i contratti energetici e ridurre i rischi futuri mentre riemerge lo spauracchio dell'inflazione come prima preoccupazione, che sale al livello più alto da dicembre 2023. Soltanto il 20% dei consumatori ritiene questo un buon momento per fare acquisti. Un contesto che non aiuta le famiglie: il 44% si definisce in una situazione economica problematica e 4 italiani su 10 non sono riusciti a risparmiare negli ultimi dieci mesi. Le intenzioni d'acquisto, tuttavia, sono calate soltanto dell'1,1% rispetto al mese precedente pur essendo a livelli già bassi nell'ultimo anno. Un segnale di fiducia è la costante del viaggio che continua a trainare i progetti di consumo nonostante lo scenario complicato.

"*A oltre un mese dall'attacco all'Iran il timore economico è il fattore che influisce di più sugli italiani* – commenta **Claudio Bardazzi, responsabile dell'Osservatorio Findomestic**. *Le aspettative di prezzi in crescita rendono le famiglie più caute, ma la tenuta delle intenzioni d'acquisto dovrebbe sostenere la domanda. La progettualità rimane e può essere concretizzata se l'offerta riesce a rassicurare e dare certezze al consumatore, ad esempio sul fronte energetico con proposte di contratti energia a costo fisso o soluzioni pratiche per migliorare l'efficienza energetica di casa."*

TRA LE ABITUDINI CHE CAMBIANO, LE VACANZE "NON SI TOCCANO". Quasi un italiano su due (46%) dichiara di aver cambiato alcune abitudini a causa della guerra in Iran, soprattutto prestando più attenzione al risparmio di carburante, ai prezzi della spesa e al contenimento delle spese non necessarie. E se più di 6 su 10 (64%) pensano soprattutto a cambiare gli attuali contratti energetici, sul fronte delle vacanze prevale ancora la voglia di partire nonostante i problemi sulla sicurezza e i costi innescati dal conflitto mediorientale. In vista delle prossime vacanze estive solo il 14% ha deciso di rinunciare, il 51% non ha modificato i propri programmi, il 35% li sta rivedendo, orientando la scelta della destinazione soprattutto verso l'Italia ma anche verso il Nord/Centro Europa e la parte occidentale del Mediterraneo.

INTENZIONI D'ACQUISTO: VIAGGI SEMPRE IN TESTA, TIENE LA CASA, FRENA L'EFFICIENZA ENERGETICA. Sul fronte delle intenzioni d'acquisto a tre mesi, l'Osservatorio Findomestic di aprile rileva un calo contenuto dell'1,1% nonostante il contesto particolarmente complesso. A guidare la classifica si confermano i viaggi: il 61% degli italiani dichiara di avere intenzione di acquistarli nei prossimi tre mesi, in crescita di 4,1 punti percentuali rispetto al mese precedente. In positivo le attrezzature per il fai da te (indicate dal 34% degli intervistati) e in aumento di 1,2 punti, mentre i piccoli elettrodomestici si collocano al 33%, in flessione di 1,7 punti. In territorio positivo anche la telefonia con il 29% degli italiani che progetta un acquisto (+ 2,8 punti), e i mobili, che arrivano al 27% con un incremento di 1,7 punti. Stabili le attrezzature sportive che interessano il 28% degli intervistati (-0,5 punti). Tv e pc salgono rispettivamente a quota 24% e 23%, con aumenti di 2,5 e 0,5 punti,

Classification : Internal

mentre i grandi elettrodomestici, che il 20% del campione vorrebbe comprare nell'arco dei prossimi 3 mesi, arretrano di 2 punti e toccano il record negativo da un anno. Con la bella stagione cresce invece la voglia di ristrutturare (18% degli intervistati) con un aumento di 2,2 punti. I tablet si fermano al 15% e perdono 1 punto, mentre le fotocamere salgono al 14% con un progresso di 0,6 punti. Auto usata e infissi si attestano entrambe al 12%, ma con andamenti divergenti: la prima cresce di 1,4 punti, i secondi calano di 1,6. Anche l'auto nuova si ferma al 12% delle intenzioni dichiarate, in flessione di 2 punti. Più deboli, invece, le intenzioni d'acquisto nei comparti legati all'efficienza energetica e alla mobilità leggera. Fotovoltaico e termico stabile al 9%, mentre caldaie a condensazione o biomassa e pompe di calore, entrambe al 9%, perdono rispettivamente 0,7 e 1,2 punti. Scende anche l'isolamento termico, all'8% con una flessione di 1,9 punti. Tra i mezzi di mobilità alternativa, le e-bike si attestano al 7% e calano di 2,2 punti, i motoveicoli si fermano al 6% con un lieve arretramento di 0,4 punti, mentre monopattini elettrici e affini, che pensa di acquistare il 5% degli italiani, perdono 1 punto.

**L'indagine è stata realizzata in collaborazione con Eumetra e Research Dogma tra l'1 e il 2 aprile 2026.*

***Nota metodologica*
A partire dall'indagine di settembre 2025, l'Osservatorio mensile di Findomestic mette in risalto la quota degli intervistati che dichiarano l'intenzione di acquistare uno dei beni durevoli dei settori monitorati e misura la variazione espressa in punti percentuali (p.p.) rispetto al mese precedente. L'obiettivo è cogliere i trend ma anche riconoscere alle diverse categorie merceologiche il loro giusto "peso" in base al maggiore o minore numero di "intenzionati" all'acquisto. Da settembre 2025 viene misurato anche l'andamento degli ultimi 3 mesi in ogni mercato rispetto alla media progressiva dell'anno in corso.

Findomestic Banca opera al servizio di oltre tre milioni di clienti, ai quali si rivolge per proporre soluzioni di credito, assicurative, di risparmio e di daily banking grazie a conti correnti dedicati. Presente in tutta Italia, Findomestic ispira la propria attività ai principi della Responsabilità Sociale, promuovendo un approccio al credito sostenibile e responsabile, per sviluppare una relazione di lungo periodo con il Cliente, con i Partner, e con tutti i suoi stakeholders. Partecipata al 100% da BNP Paribas Personal Finance, Findomestic è parte del Gruppo BNP Paribas presente in più di 70 paesi, con oltre 189.000 collaboratori, dei quali oltre 146.000 in Europa.

Ufficio stampa SEC Newgate Italia
via Ferrante Aporti, 8 – Milano
Angelo Vitale – angelo.vitale@secnewgate.it - 338/6907474

Classification : Internal